

令和3年度 第4回東大和市まち・ひと・しごと創生会議 会議要録

- 会議名 第4回東大和市まち・ひと・しごと創生会議
開催日時 令和3年11月27日（土）午後2時から午後4時まで
開催場所 会議棟第6会議室
出席者 (委員) 牧瀬委員（座長）、小島委員（副座長）、目黒委員、富田委員、水上委員、
齊藤委員、高橋委員、宮田委員（代理：米澤様）、永田委員、堀江委員、
土屋委員、馬場委員（代理：五十嵐様）、安永委員
(事務局) 神山企画財政部長、田代企画財政部副参事（総合戦略推進等担当）
神山企画課政策推進担当係長
- 会議の公開・非公開 公開 傍聴者 0人
- 会議次第
- 1 開会
 - 2 座長あいさつ
 - 3 内容
 - (1) 東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略の施策の効果検証について（意見聴取）
 - (2) 第2期東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略アクションプラン（案）について（意見聴取）
 - (3) 第2期東大和市ブランド・プロモーションアクションプラン（案）について（意見聴取）
 - (4) まち・ひと・しごと創生に関する意見交換
 - 4 その他
 - 5 閉会

会議の結果及び主要な発言

(1) 東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略の施策の効果検証について（意見聴取）

【要旨】

事務局より、内容（1）について説明した。

座長：

第1期総合戦略の進捗状況について、前回の会議における委員からの意見を反映した内容に修正した。内容を確認いただき、修正や追加等、ご意見があれば伺いたい。

委員一同：

特に無し。

座長：

今回提示した内容で公表させていただく。

(2) 第2期東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略アクションプラン（案）について（意見聴取）

事務局より、内容（2）について説明した。

座長：

ご意見等があれば伺いたい。

委員：

目標人口であるパターン2について、前回と別の角度で意見を言うと、財政基盤、経済活動、地域活性化の視点では、生産年齢人口の確保という点が大事である。2021年は、人口85,317人に対して生産年齢人口が51,230人となり、全体の約60%であるのに対し、パターン2で2060年を見たところ、人口74,071人に対して生産年齢人口が38,416人となり、全体の約52%となっている。この比率の減少は、少子化で生産年齢人口に補充する人口が減少しているためであることからやむを得ないが、財政基盤や経済活動の基盤を確保するという意味では、合計特殊出生率を1.6から1.8に上げ、転入者数を年間300人(月間25人)以上とすることについては、何としても確保したい目標となる。

一方で、高齢者が増えてくる。定年延長は政府の仕事かもしれないが、自治体の仕事として65歳以上の高齢者に対する雇用機会の確保、職場の提供が財政基盤の確立維持という視点が必要である。

当市は、健幸宣言都市として高齢者の健康対策が施策の中に織り込まれているので、これに加え、職場の紹介や提供、あるいはシルバー人材センターの機能を拡充して、高齢者の雇用の機会を増やして生産年齢人口の増加に寄与するという対策も視野に入れておく必要がある。

次に、質問になるが、延長保育実施施設が25施設から27施設に、学童保育と放課後子ども教室の一体型で実施する学校数が1校から7校に、ティームティーチャーの配属校が10校から15校に増やす計画であるが、人材の確保面で見ると、先生や保育士の確保が難しくなっている。当市として人材確保をどのように考えているのか、保育士を確保する意味で、市としての独自の優遇制度を導入する考えがあるのか聞きたい。

副座長：

人材の確保は大きな課題である。働く人が働きやすい職場になるように何が困っているのかということを考える必要がある。保育士に限らず、土木関係、建築関係の資格を有する職員の確保が難しい。

職員についても公務員に対する需要は一定数あるが、一方で、入職した職員が、年数が経たないうちに転職するケースが増えている。このことは、当市だけでない傾向であり、国や都、あるいは民間に行くケースがある。

働きがいをもとに持ってもらおうかということについて、力を入れていくべきであると考えている。

なお、保育士については、家賃補助などのできる限りの確保対策は行っている。

委員：

シニア人材の活用はこれから先、避けて通れない。国も、ハローワークの窓口にシニア相談コーナーを設置し、60歳以上の専用の窓口を設けている。ハローワーク立川の1か月間の就職件数がおおよそ500件程度であり、そのうちの1割程度が60歳以上の方であり、再就職をされている。再就職先の職種は様々であるが、警備関係の仕事が多くなっている。シニアの方の中には、長年勤めてきたキャリアを活用して再就職をしている方もいるが、シニアになつときにキャリアチェンジをする、そのキャリアチェンジの先が単純労働的な分野で仕事をしている方が多い。このシニア相談コーナーは、立川市にあるハローワーク本体での話であるが、東大和市就職情報室ではコーナー分けはしていないものの、シニアの方が来られた際は、窓口で十分に相談をして就職に結び付ける取組をしている。また、ハローワークで就職先を探す場合には、パソコンを利用することになる。パソコンの操作に慣れていない方には、直接窓口で担当職員が就職先を紹介する対応をしている。

委員：

第2期総合戦略アクションプラン（案）の23ページに記載のあるKPIについて、アウトカム指標を定めることにしている。第1期総合戦略の中で、「東大和市の観光客を増やす」という目標に対して、「市民の満足度」をKPIとして使っているが、これを変更することはできないか。「満足度」は、その時々で前後するものである。中長期的な計画を作成する際には、「満足度」は適さないと考える。仮に満足度が下がった理由を検証するとしても、サンプルの方々のその時々状況により、数値が変わってきてしまう。その一方で、「地域ブランドを創出する」のKPIが「ブランド商品の商談件数」とあり、このように件数として明確に把握できる指標の方が分かり易い。以上から、KPIは重要な指標であることから、誰がみても明確に分かる指標にしたほうが良いと思った。

事務局：

ご指摘のあったKPIの設定等については、課題であると認識しており、第2期総合戦略アクションプラン（案）では、KPIの設定について見直しを図った。3つの基本目標に対するKPIは、転入数や合計特殊出生率等の、確実に把握することができるアウトカム指標としたのに対し、各基本目標を達成するために実施する具体的な事業では、例えば、うまかんべえ～祭であれば来場者数、スイーツウォーキングであれば参加店舗数、観光ボランティアガイドであれば登録者数とし、「満足度」といったアウトカム指標ではなく、市として行うこと（＝アウトプット指標）として案を作ってきた。

(3) 第2期東大和市ブランド・プロモーションアクションプラン（案）について（意見聴取）

座長：

内容の（3）について、内容の（2）も踏まえながら意見を聞きたい。

委員：

ブランド・メッセージの認知度を見ると、向上しつつあるが現状は約30%となっており、もう少し向上させていきたいと感じる。そこで、何点か提案をしたい。

1点目は、推進体制についてである。現在、庁内に検討委員会、作業部会があり、企画や調整をしている。推進面を統括する司令塔、例えば推進本部のようなものを作る方法はないか。内容を見ても緻密に検討しているが、その一つ一つについて具体的に推進する上で、推進本部のようなものを作ったらどうか。組織横断的な良い提案をしてきた政策集団PDGのような若手を中心とした組織を作ったら良いのではないかという気がしている。あわせて、推進するためには予算の裏付けが必要になる。その予算の確保についても一定の枠で予算を配分するのはどうか。一つずつの予算では執行が難しいだろうから、枠で予算を取っておき、担当部長又は本部長の裁量で、事業の優先順位によって適宜、執行ができるのはどうか。こういう予算配分の方法を検討する方法がないだろうか。これが、推進面に対する提案である。

2点目は、シビックプライドの醸成や啓蒙、向上のために必要なことの一つとして、メディアの活用及びメディアに対する発信材料、情報を作っていくことであると考えている。第2期ブランド・プロモーションアクションプラン（案）の中に記載のある、当市の歴史的資源の有効な活用、企業の協賛を及び大学との連携は、メディアに対する素材や情報の提供を推進するという意味で、良い内容になっている。また、大きな要素として当市のイベントがある。この発信をいかにするかによって知名度が変わってくるのではないかと思う。イベントに対してもう少し力を入れたらどうかと考える。大事なことは、一過性のイベントではなく、一つのイベントにテーマやストーリーを持たせ、それを継続的に実施していくことである。また、新しいイベントを考える方法があるが、その際は、既存のイベントの見直し、拡充、あるいは、いくつかのイベントを組み合わせる等が考えられるが、これらを市の支援により、実行委員会等の活動として活性化させることはできないか。例えば、うまかんべえ～祭について、地元企業や団体の協力を得て、拡大をして集客を図ることはできないか。東大

和高校のブラスバンド部による演奏や、フリーマーケットを行うという考え方があ。できれば、市民祭のように拡大をしていったらよいと思う。また、多摩湖駅伝についても歴史があると聞いている。主催団体、協力新聞社の協力を得て、コースについて一部を市内を回遊するコースを取り入れることで、観光客も市内に集まり、集客に結び付く。

なお、多摩湖が、女子マラソンの発祥の地ということで、この資源をうまく活用できないかと考える。立川市で行われている箱根駅伝の予選会については、各大学からの応援団、OB、父兄等が集まってくる。地元の商店街にもかなりの貢献をしていると思う。箱根駅伝予選会に倣うように、例えば、都内の高校駅伝大会や、その予選会を市内に誘致する。東京都の中学、高校女子マラソン大会を誘致することは、陸連との連携が必要かもしれないが、このようなアイデアも良いのではないかと思う。それから、多摩湖のブランドを活かす。西武鉄道(株)、森永乳業(株)、(株)ロンドスポーツなどと提携して、春秋には、家族歩け歩け大会、健康ウォーク大会、ゆうゆう体操会などをまとめて開催し、夏には、素晴らしいロケーションがあるので、東大和市のブラスバンド部を中心に、大学、高校のブラスバンド部を集めて納涼フェスティバルをやる。これなら、大学生やOB、家族を呼べる。もう一つ、多摩湖のネーミングを活かすという点で、例えば、東やまと茶うどんを、これを多摩湖に統一する。「多摩湖茶うどん」、「多摩湖〇〇」に変更する。地元の特産品に、多摩湖のネーミングを加え、これをPRする。駅頭の販売で各地区の名産品がヒットしている。例えば、高田馬場駅や新宿駅の構内に、特売コーナーを設けて、東大和市の特産品として多摩湖茶うどんや多摩湖梨を販売するというのも考えられるのではないか。旧日立航空機株式会社変電所について、歴史遺産としてサミットをやったらどうかという提案をしたことがあるが、8月に東京都と共催をして、終戦記念平和音楽祭というような名目で活用できないか。市長と都知事でシンポジウムができないか。その後、平和音楽祭ができないか。宗教色や政治色は排して、国立音楽大学の合唱サークルなどの協力を得て各大学の合唱団を招いて、8月の特定の日に歴史遺産サミットと兼ねた平和音楽祭ができないか。また、ブランド・メッセージとロゴマークの活用についてであるが、東京2020大会のフラッグが、各地区の商店街の街路灯に掲示されていた。東京2020大会のイメージアップやPRに効果があった。「東京 ゆったり日和 東やまと」のフラッグを作り、東大和市内の各商店街の街路灯に一定期間掲示したらどうか。また、東大和市と玉川上水の駅前に広場がある。所有者が分からないが、駅前の広場にロゴマークの看板が設置できないか。東大和市の駅前には、夜間照明灯があるが、ロゴマークの懸垂幕をかけたらどうか。費用については、西武鉄道(株)、西武バス(株)などに協賛してもらえらるなら、看板や懸垂幕に社名をいれたらどうか。そのような方法でブランド・メッセージをアピールしていくべきであると考えらる。

事務局：

イベントの関係は、難しいかと思うが、以前からお話をいただいているので、事務局としてはそのようなお考えがあることは理解をさせていただき、庁内にも話をしていきたい。変電所を活用した8月の平和音楽祭については、今現在も平和市民のつどいという形で、単独ではあるが青少年少女合唱団により合唱を行っている。その際には、保護者にも来ていただき、変電所のPRと平和を考える機会にしてもらっている。

ブランド・メッセージの活用については、多くの提案をいただいた。可能性のあるものについては考えていきたい。

委員：

先ほど話があった公務員の転職について、“転職”というと自らのステップアップというケースがあるが、公務員が民間企業に転職する場合には、どのようなケースがあるのか。

副座長：

職員で転職が多いのは、公務員から他自治体の公務員になるケースである。民間企業への転職は、民間企業から志を持って入ってきた職員が、思っていた公務員とは異なり、また民

間企業に戻るケースなどである。

委員：

職員の人材育成が大事になる。職員が転職しないように働いてもらえるような環境を作る必要がある。民間企業の働きがい、給料や福利厚生が良いことであるが、給料が良いと仕事が厳しい。職員の働きがい、やりがい、大切である。職員の人材育成に重点を置くことが大事である。

以前の勤務先の経験で、地元新聞の若い記者が、町の職員に転職をし、地域づくりの担当者になり、メディアで取材をする立場からメディアの取材をされる立場になった。ヘッドハンティングをするという考えもあるが、その職員との取材はやり易かったという経験がある。人材の活用の一つの例として参考に紹介する。

副座長：

スタッフプライドにも関係するが、昔は、職員の数が少く、かなりの職員が地元出身者であった。今は、市内で生まれ、育った職員は少ない。市内の人や市外の人に市のことを分かってもらうために、職員が市のことを分かっていない現状がある。職員に、いかに市のことを分かってもらうか、市のことを教えていくかということが課題である。市の職員に地元の良さを教育しないといけないと考えており、市民や市外の人へのPRをするためには、このことに力を入れていかなければならないと考えている。

委員：

2点述べたい。1点目は、ブランド・プロモーションアクションプラン（案）の24ページで、実施目標に「市の魅力的なスポット等の市公式ホームページや市公式SNSへの投稿回数」があるが、ただ情報を発信するだけでは埋もれてしまうと考える。また、同資料26ページの実施目標に「情報発信力の向上を図るための研修又は説明会の実施 1回以上」とあり、職員に対する教育の取組もあるが、ただ情報を発信することで満足するのではなく、どう発信するか、何を発信するかを考え、ウイットに富んだ言葉を使うなどの工夫をしてほしい。

2点目は、東大和市の公的な機関の中で、女性の課長や部長がどれくらいいるのか。男性だから女性だからとは一概には言えないが、家庭では、女性が決定をしている場面が多いという気がしている。自分と同じ年齢や少し上の年齢の方がキラキラしている、一生懸命仕事をされていると、すごく印象的に映る。そのような人が市の職員の中にいると、イメージが良く、印象に残ると思う。同性が発する言葉も印象に残る。世界的にも日本の女性が上の役職に就く人数が少ないと言われているので、ブランド・プロモーションの取組の中でも活かしてもらいたい。

副座長：

市では、女性の役職者数を増やしたいと考えている。現在、部長職では2人の女性がいる。女性には能力があり、活躍しているということは認識している。女性だから管理職ということではなく、能力があるから管理職に充てたいと考えている。係長、課長、部長に昇進していくが、ちょうど係長の年齢で結婚、出産、子育ての時期と重なり、昇進を断念する女性職員が多い。社会が変わっていかないと難しい面もある。

委員：

ブランド・プロモーションアクションプラン（案）に関することであるが、昨年度は、新型コロナウイルスの関係で参集型のイベントが中止になっている。今年度、商工会でも、産業まつりは参集型ではなく、YouTubeを活用し、オンラインで実施したが、効果の面で浸透しているとは言い難い。今、現実には新型コロナウイルスの関係で参集型のイベントは難しいと考えているが、それに代わるものとして、市として提案があれば聞きたい。

事務局：

イベントのオンライン化は、人との接触を避けるという効果がある。コロナ禍である現在の取組としては、オンラインによる実施が中心となっているが、コロナ禍が終息し、次のステップに向かうと思うので、対面に戻るのか、オンラインを継続するのかは、これからであると考えている。

委員：

東大和市は、住んでみて良さが分かる場所である。「ここに住めば、子育て、公園、道路などがすごく良いのに」と思う。また、会議に参加してみて、様々な計画が考えられ、着実に動いてきているのを感じる。市の良さ、中身は、ほぼでき上がっていると感じている。そのような中で、「なぜ認知度が低いのか？」という課題に対して、自身の子ども3人の意見も踏まえて、取組案を2点考えてきたので、提案したい。

1点目は、「東京 ゆったり日和 東やまと」のロゴの活用についてである。ロゴの中に黄色い親子が2人いるが、この黄色い親子を動かしてみて、「ピクトグラム」のように動かしてみる。そして「ゆったり」の部分を変えてみて、ポスターを作ってみても面白いのではないかと思う。例えば、東大和市の市報であるが、表題で毎号「東京 ゆったり日和 東やまと」のロゴが記載されているが、裏面に“変化したブランド・メッセージ”が載っていたら、「このロゴは動くことができるんだ」、「活用することができるんだ」という目で見られると思う。具体的には、10月には「東京 “スポーツ日和” 東やまと」、春には「東京 “お散歩日和” 東やまと」、学校では「東京 “楽しく勉強日和” 東やまと」、保健センターでは「東京 “しっかり健診日和” 東やまと」というように、“くすっ”と笑えるようなことが、この黄色い親子でできると面白いのではないか。また、このロゴを知ってもらうにはどうしたらよいか、と小学生の息子に聞いたところ、知るという意味では、「公共のトイレに貼ること」が良いと言っていた。スーパーのトイレなどには、よく「いつもきれいに使っていただいております」と記載があり、印象に残っている。このようにロゴもトイレに貼ったらどうか。こうした取組によって、ロゴが、頭の片隅にでも残るのではないかと思った。

2点目として、ブランド・メッセージを広げるということであれば、同時に、東大和市の市の名前を平仮名にしたらどうか。市名は意味の深いものであると考えているが、市の名前が出た際に、“印象が薄い”や“新しくは感じない”という印象を持つ。地元の人しか読めない地方の市町村名というのがあって、地元に住む人なら難なく読めても、そこに縁もゆかりもない人であると読めないということがある。実際、東京都では「福生市（ふっさし）」は、知らない人にとっては、正しく読むことは難しい。また、「神奈川県大和市（やまとし）」も、「やまと」では無く「だいわ」と読んでしまう人がいるそうである。自分の娘に対して、友達が、東大和市を読めるかどうかを聞いたところ、「ひがしだいわし」と読むと思うと言っていた。また、自分の息子に、東大和市を最初から漢字で書いて読めたか聞いたら、耳で聞いて「ひがしやまとし」は分かっているが、書けというと漢字では書けなかったと言っていた。先日、東大和市駅に若い芸能人がロケに来ていて、彼らが出演していたテレビ番組を見たが、東大和市駅というのを「とうだいわ」と読んでいた。地元に住んでいる大人にとっては、「やまと」と普通に読めるが、子ども達や若者の間では、違って感じるものがある。

ロゴや市報で「やまと」を平仮名で表記していることもあるので、一層のこと、市の名前を平仮名に変えてみたら、認知度が高まるのではないかと考えた。

副座長：

ご提案をいただき感謝する。市の名前を変えると大きな話になるので、ご意見として承りたい。また、ブランド・メッセージ及びロゴについては、意思決定を経た上で活用しているものであるため、変えるとなると、今一度調整が必要であるが、みんなに知ってもらって、親しんでもらうということについては、大変参考になるご意見であり、何かできないか検討したいと考える。

委員：

ブランド・メッセージの「東京 ゆったり日和 東やまと」は、ゆったりと落ち着いていて、子育てしやすく、住みやすいという意味であるが、「ゆったり」という文字だけを見ると、「瞑想する」、「日向ぼっこをする」というイメージになる。これを変えることは難しいが、「ゆったり」という言葉を市民がどのように感じているか調べるだけでも面白いのではないか。「温泉施設」をイメージしたり、寝るためのプラネタリウムをイメージしたり、ゆったりというイメージを深掘りして、市民が抱いている「ゆったり」というイメージを突き詰めていくと、市民に浸透するのではないかと感じた。ゆったりであると、のんびりした、日当たりの良い、そういうイメージが付きやすい。皆さんのイメージをうまく使って、ヨガをする催し物を開催する、瞑想する、ヒーリングミュージックを流す等の事業に使ってみたらどうかと考えた。

委員：

東大和市に住んで市の良さを理解して、長く住んでいただいている人が多い。逆に、外部に対して、東大和市の良さや魅力が、情報発信として理解されていないというところがある。「観光、ブランド・プロモーション」のところで、具体的にやっている内容は良いと思うが、ここ2年程、コロナ禍でイベント関係の取組は難しかったと思う。イベントで東大和市の良さを知ってもらう中で取組を行ってきた「うまかんべえ～祭」も、目指す取組として86,500人以上と具体的な数字を掲げている。より多くの方が外部から来てもらえるようにするための施策や少しでも魅力が高まるイベント内容の取組が必要である。また、うまかんべえ～祭以外のイベントの取組も必要であると思う。

また、ブランド・メッセージがなかなか伝わらないことに関しては、(大型スーパーである)当店のトイレで使ってもらっても良いし、いかに市民の方に見てもら回数を増やすかということが鍵になると思う。ブランド・メッセージは、目につく場所に、できる限り露出するということが大事であると思う。日常生活の中でスーパーの利用は多いので、情報発信コーナーとして使ってもらって構わないし、魅力ある東大和市のポイントや新しい施策、内容をいかに伝えるかということ、日頃の買い物の施設を利用してPRするというのも一つの手であると思う。

さらに、東大和市の特産品や商品がなかなか伝わらない。市の特産品を伝えるところとして、スーパーを利用してもらう構わない。

発信力や伝えるところで何か取組があれば良いと思うが、店舗に買い物に来て、目につく場所にブランド・メッセージ、イベント、情報発信コーナーなどの設置について最大限協力したい。ぜひ、何か施策等があれば提案をしてほしい。

座長：

内容の(2)及び(3)について意見交換をしたが、概ねこの方向で進めていきたい。

(4) まち・ひと・しごと創生に関する意見交換

座長：

その他ご意見等があれば、後日送付する「意見等記入シート」に記入の上、事務局に提出してほしい。

4 その他

座長：

その他について、事務局から説明を求める。

事務局：

令和2年東京都26市人口動態の配布について、前回の委員の発言により用意をした。
次回会議について、令和4年2月19日（土曜日）午後3時から開催するので、出席をお願いしたい。

座長：

本日の次第は全て終了したため、第4回東大和市まち・ひと・しごと創生会議を終了する。